

家里药品过期了,该怎么“扔”

编者按

大兴调查研究是学习贯彻习近平新时代中国特色社会主义思想主题教育的重要内容,通过问需于民、问计于民,对发现的问题及时响应、及时解决。今日起,本报推出《读者》栏目,回应你的关切。

我们的城市是一个生命有机体,每个人都是参与者、创造者,也是第一责任人。所以,当你发现身边的不文明现象,当你感到生活中还有诸多不便,或者当你想要解决问题却心有余而力不足时,请联系我们。我们将通过深入调查采访,把问题发现出来、把意见反映上来、把经验总结起来,通过多方携手尽力化解急难愁盼,让市民群众感受到切切实实的成效。

请联系我们,电子邮箱:dz@whb.cn
文汇报读者服务平台



■本报记者 何易

记者调查

回收有渠道,但知晓率较低

上海过期药品回收处置起步早,取得了一定经验成效,如在小区摆放有毒有害垃圾桶、在零售药店设立回收点等,但回收处理规模还都有限。

近日,万先生拎着家中过期感冒药找到了南桥恒盛居委会。“居委会干部很热情地接待了我,但表示过期药品回收是有指定时间、专业单位来处理的,下次活动时第一时间在社区群里通知。现在可以送去药店试试看。”

万先生又找到了家门口的一家药店,果然店内有专门的过期药品回收箱。但万先生发现,箱内并没有多少回收来的过期

■本报记者 徐晶卉



逛市集,这是第四届上海“五五购物节”的一个亮点,“恰咖啡”则是市集里点击率最高的热词。从陆家嘴金融城国际咖啡文化节到徐家汇咖啡生活节,从西岸国际咖啡文化生活方式到思南橙熟咖啡艺术节,在申城每一处咖啡市集,总能找到一些各具特色而精巧别致的摊位,品到不一样的咖啡味道。

每一个小小的咖啡摊位,都是一个咖啡创业品牌的缩影。这些咖啡创业者何以爱“赶集”?在上海开咖啡店,究竟是讲情怀还是桩好生意?记者与诸多咖啡创业者聊天,听他们讲述申城“啡”常吸引力。

市集里的咖啡经:来了才知“藏龙卧虎”

杏色的“雀舌茉莉 Dirty”、粉色的“韩meimei的回信”、蜜色的“北海道的夏天”、绿色的“阿婆的绿豆汤”……依次将四款主推咖啡新品与露营收摆摆好位置后,“T.A.B Coffee”创始人李先生终于有空坐下来,为这些特调咖啡拍张“全家福”。

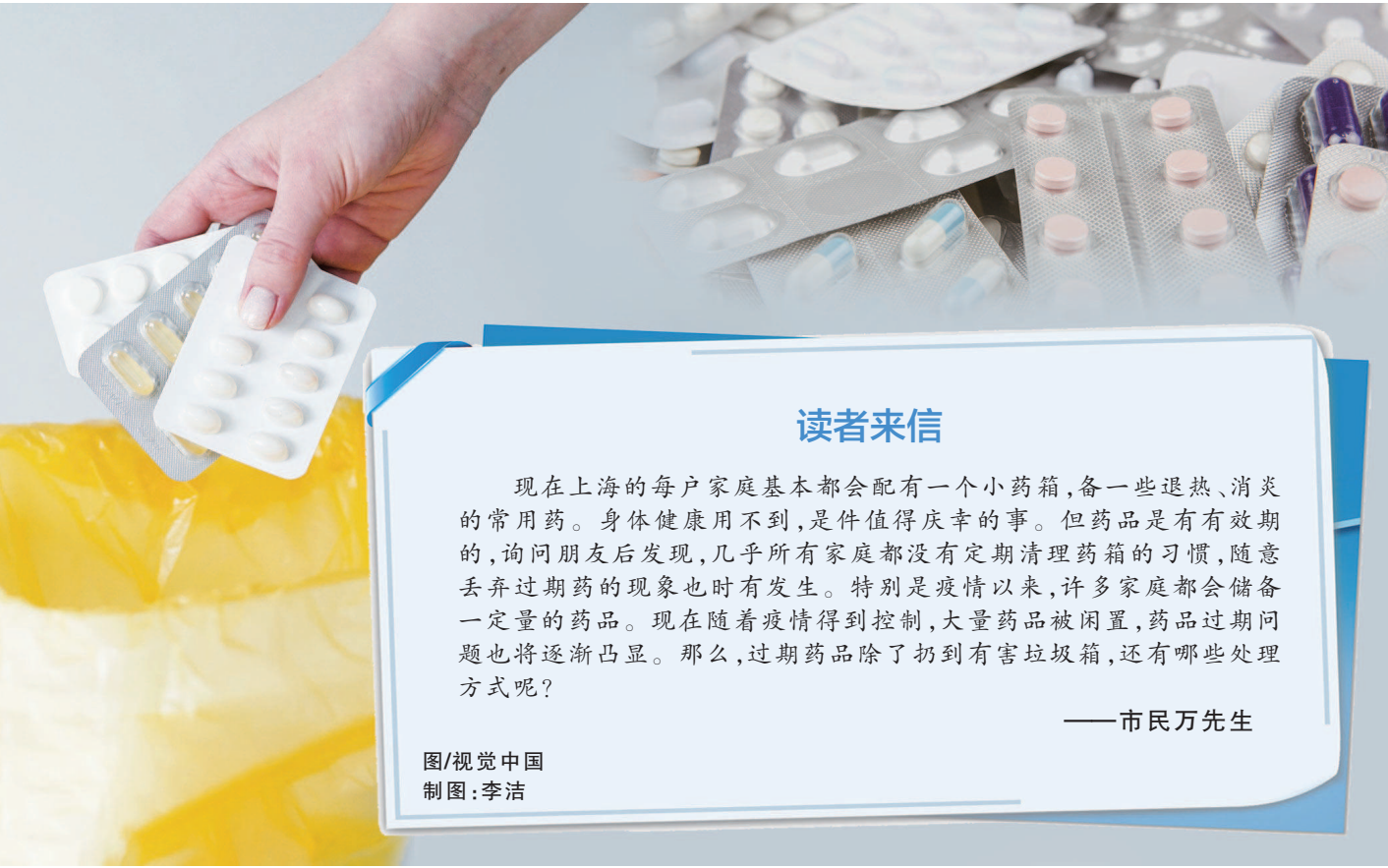
他所在的“Be Real咖啡文化节”市集,大约有20多个咖啡摊位,虽然参与者清一色都是咖啡馆创业者,但竞争对手卧虎藏龙,丝毫马虎不得。比如,隔壁“豆子计划”摊位推出的“三连杯”就很有噱头,3杯不同风味的咖啡被设计成精致的小杯装,最左边的“桃桃”一杯黄桃风味浓郁,奉贤本地黄桃点缀其上,三连杯底座印着一行英文字:我是一颗有态度的豆子。它表明了咖啡馆走精品路线的定位。

■本报记者 苏展

在占地面积不足2.5平方米的机器人咖啡亭旁,用1分钟左右的时间等一杯精密算法的“产物”,这般体验在上海街头已不算新鲜。不过,持续多日的第三届上海咖啡文化周将“咖啡+”文化消费生态推向讨论热潮。在此氛围中,囿于咖啡本体的消费量级,AI(人工智能)咖啡似乎有些“非主流”。

AI赋能,固然有助于大幅提升咖啡生产效率,但也影响了咖啡作为媒介的重要作用。效率和文化是道选择题吗?上海氢豚机器人科技有限公司创始人,COFE+机器人咖啡亭发布者韩非子这样理解:消费者在我们点位解决的“是刚需”问题,相当于实体咖啡店的“无人版”外卖窗口,“我认为AI为咖啡带来的科技变革,假以时日会形成相应的科创文化”。

“咖啡文化的表达有不同面向。”上海社会科学院城市文化创新研究院执行院长包亚明认为,比如星巴克主打“第三空间”;有的咖啡馆能够聚集一些兴趣爱好相似的群体;有的咖啡馆会与不同历史文化的场景表



读者来信

现在上海的每户家庭基本都会配有一个小药箱,备一些退热、消炎的常用药。身体健康用不到,是件值得庆幸的事。但药品是有有效期的,询问朋友后发现,几乎所有家庭都没有定期清理药箱的习惯,随意丢弃过期药的现象也时有发生。特别是疫情以来,许多家庭都会储备一定量的药品。现在随着疫情得到控制,大量药品被闲置,药品过期问题也将逐渐凸显。那么,过期药品除了扔到有害垃圾箱,还有哪些处理方式呢?

——市民万先生

图/视觉中国
制图:李洁

建议反馈

构建全流程回收处置体系

药品。店员告诉他,很多人可能不知道,也可能嫌麻烦。店员还特地提醒,“千万不要把整盒过期药扔进垃圾箱,让不法分子回收后转卖祸害别人。”

记者在调查中也发现,市民群众处理过期药品的意识和习惯亟待培育。在淮海路上的上海药房过期药品回收点,罕有市民来这里投送过期药品。采访中,大部分市民对药品回收流程也不甚了解。

“现在过期药品的回收通常是无偿回收,老百姓得不到补偿,相比当初买药时的消费,心里会产生一定反差。”不少社区干部表示,有关部门每年也会在各大社区开展家庭过期药品回收活动,但回收登记程序繁琐、回收点少,也使得居民对于参与过期药回收的热情不高。作为一项公益活动,不少零售药店也会在“安全用药月”时与社区结对,开展回收宣传活动,但结对数量有限,平时主动回收也较少。

事实上,过期药品的回收处置是一项系统化工作,需要有全流程措施的综合考量。有专家建议,应该构建起政府为主导、企业为主体、公众共同参与的过期药品回收处置体系。

比如在生产销售环节,引导药企改革药品包装,推出小规格、小剂量药品,或通过拆零销售等方式,避免不必要的闲置浪费;鼓励药企借鉴相关追溯平台,推广使用“扫码回收”功能。

公众参与方面,建议在“随申办”“健康云”等平台充分告知社区过期药品回收点信息,尝试开通回收预约等端口,让居民一键点击即可实现工作人员上门回收。同时,加强宣传奖励,比如推动“清理家

庭小药箱”活动常态化,制作科学处置过期药品的科普手册,对积极参与的居民,可采取兑换购药代金券、垃圾分类袋等形式给予鼓励。还可考虑出台奖补政策,提高医院、药房、社区回收家庭过期药品的积极性等。

市药品监督管理局方面表示,针对前期感冒退热药品囤积、近期大量废弃的现象,指导相关协会向全市零售药店发出《倡议书》,督促药店工作人员主动提醒市民,通过社区有害垃圾投放或投入零售药店回收箱的方式,处置废弃药品、避免环境污染;同时,将结合“安全用药月”工作,充分利用科普站、官方微信等渠道,深入开展长效宣传教育,普及合理用药和废弃药品投放知识;最后,督促各区近期加大对各零售药店收集的家庭废弃药品的收运力度,做好运输和无害化处置工作等。

记者在遍布申城的十多个咖啡市集采访,倾听“赶集”的年轻人谈起生意经

在上海创业,有哪些“啡”常吸引力

化巧妙结合起来。

创业里的产业经:创业消费“双向奔赴”

这些在市集里摆摊的咖啡店创业者,大都年轻、自信、活力十足,他们对咖啡豆和拉花有深入研究,会大胆自信地向客人推荐自家特调,即使在品牌林立的上海也丝毫不露怯——这一幅创业者群像,正是上海打造“世界咖啡之都”的另一道风景线。

“上海咖啡创业的氛围很浓。”来“赶集”的创业者们大都这样形容当下的市场氛围。GOAT咖啡的蒋师傅说,特别是这几年,上海持续举办咖啡文化节,各区各镇的咖啡节此起彼伏,为咖啡创业创造了很多机遇。比如,创业者大都没有雄厚的资金,经常可“免单”的市集就成为咖啡馆“破圈吸粉”的最佳选择。

“Be Real咖啡文化节”市集的主办方,上海南方国际(集团)副总经理岑晓晶表示,咖啡市集招募的所有摊位都是免费的,“我们希望针对本地咖啡及相关饮品领域的青年创新创业人群,提供相对稳定及高质量的实体营商环境支撑,包括探索免租期、扣点运营等一系列定向扶持内容,帮助创业者成长。”

今年上海咖啡文化周期间,中国建设银行上海市分行发布《全力支持咖啡产业高质量发展六条举措》,其中包括提供50亿元专项信贷额度支持、“魔咖贷”普惠金融专项产品等内容,助力上海咖啡产业更上层楼。



在中城每一处咖啡市集,总能找到一些各具特色而精巧别致的摊位,品到不一样的咖啡味道。 本报记者 陈龙摄

添加了AI,咖啡会是什么味道

AI为咖啡带来的科技变革,假以时日会形成相应的科创文化

达一些关联,主营怀旧,“目前比较不足的是面向未来的表达,给予相关企业宽松的环境加以探索值得鼓励。”

氢豚科技落地的长宁区华阳路街道,机器人咖啡亭也是“上海硅巷”科创街区的一项建设项目。华阳路街道营商办相关负责人张婧超表示,咖啡馆提供物理空间,促进科技工作者思维火花碰撞是一种利好;另一方面,科技产品能否反哺社区也至关重要,“从社区角度看,机器人咖啡作为人工智能的应用场景很接地气。”

如果说眼下AI咖啡解决的是“刚需”,其占比到底有几成?美团统计数据显示,上海线上咖啡外卖销售规模为全国最高。截至今年4月,在过去一年沪上线上咖啡外卖销

售规模超20亿元,同比增长超60%。韩非子认为,外卖占比某种程度上能反映出“刚需”占比,这决定了AI咖啡的市场底座。

包亚明认为就咖啡产业而言,针对不同的受众群体对“刚需”的理解应更加宽泛:譬如沪上老年人,咖啡馆提供的公共空间可以自由取舍社交,与社区空间遍布熟人的情况有所不同。而独立咖啡馆,或许空间促狭简朴却能让人们坐下来用心感受上海,而这也成为上海咖啡文化珍贵而特别的部分——“这也是一种‘刚需’,是对场景的‘刚需’。”

咖啡的文化价值如何体现?包亚明认为,遍布全城的各色咖啡馆是上海进一步拓展咖啡馆“第三空间”理论,盘活社区、商场、园区、书店、菜场、剧院、美术馆等城市各个公共场域资

源的抓手,“咖啡在同现代生活、时尚潮流的对话中,不断突破产业边界,共同缔造创意空间与复合消费场景,成为撬动体验式消费市场、促进文化创意产业的重要支点。”

他认为,AI咖啡也有丰富业态的途径,比如是否能够承载智能化助老助残、信息发布等功能,“围绕此打造社区聚会的场景。”

张婧超提出AI咖啡的文化表现路径——接地气的科技感。去年年底,在华阳路街道举办的一场科技主题展,部分高科技展品因在日常生活直观接触较少,居民的感受度不强。反而是机器人咖啡、AI魔镜等产品,由于贴近生活,居民们的接受度比较高,“尤其是小朋友,觉得很有意思也对人工智能有了具象认知。”